

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Husain at-Tariqi, A. (2008). *Ekonomi Islam Prinsip, Dasar, Tujuan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Afdika, Z. (2021). *Premi Asuransi: Pengertian, Fungsi, Cara Hitung, hingga Bayar*. <https://www.qoala.app/id/blog/asuransi/umum/apa-itu-premi-asuransi/>
- Alfajri, A. (2018). Hubungan Strategi Promosi dengan Keputusan Pembelian Gadget. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6(3), 418–424.
- Ali, Hasanuddin, & Purwandi, L. (2016). *Indonesia 2020: The Urban Middle Class Millenials*. Jakarta: PT. Alvara Strategi Indonesia.
- Ali, Hasanudin, & Purwandi, L. (2017). *Milenial Nusantara*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ali, Hasanudin. (2020). *Tahun Yang Mengubah Arah Peradaban Manusia*. 6–8. Jakarta: PT. Alvara Strategi Indonesia.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Antari, K. R. M., Dunia, K., & Indrayani, L. (2014). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Berbelanja Pada Mini Market Sastra Mas Tabanan. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*. <http://dx.doi.org/10.23887/jjpe.v4i1.2243>
- Anwar, S., Dasniar, D., & Susanto, R. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Asuransi Jiwa AJB Bumiputera 1912. *Jurnal Pundi*, 1(1), 33–44. <https://doi.org/10.31575/jp.v1i1.7>
- Arikunto, S. (1998). *Prosuder Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Aryani, D. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Unit Link Syariah (Studi Kasus PT. Takaful Keluarga RO Yogyakarta Tanwir Nusantara). *SSRN Electronic Journal*, 1–23. <http://hdl.handle.net/123456789/7073>
- Ashari, P. S. N. (2018). Pengaruh Lokasi, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Pembiayaan Gadai Emas Syariah Pada Bank Syariah Mandiri KC Palembang Pasar 16 Ilir. Skripsi. Palembang: UIN Raden Fatah. <http://eprints.radenfatah.ac.id/id/eprint/3359>
- Boston Consulting Group (BCG) (2011). *American Millennials: Deciphering the Enigma Generation*. California: University of Berkley.

- Budiati, I., Susianto, Y., Adi, W. P., Ayuni, S., Reagan, H. A., Larasaty, P., Setiyawati, N., Pratiwi, A. I., & Saputri, V. G. (2018). *Profil Generasi Milenial Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak dan Badan Pusat Statistik.
- Consulting Indonesia, K. (2017). *Islamic insurance 2017*. Jakarta: Karim Consulting.
- Darmawi, H. (2006). *Manajemen Asuransi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Daud, Z. U. (2018). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada Green Avina Birem Puntong Langsa Baro. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 174. <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i2.981>
- Ferdinand, A. T. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2006). Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. In *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Greene, M. R. (1984). *Life and Health Insurance Companies as Financial Institutions*. Georgia: Life Office Management.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. (2012). *Dasar-Dasar Ekonometrika*. Jakarta: Salemba Empat.
- Handayani, T., & Fathoni, M. A. (2019). Persepsi Masyarakat terhadap Asuransi Syariah. *Journal Conference on Islamic Management, Accounting, and Economics (CIMAEE) Proceeding*, 2, 127–132.
- Hasan, N. I. (2014). *Pengantar Asuransi Syariah*. Jakarta: Gaung Persada Press Group.
- Hidayat. (2020). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Analyzed the Effect of Product , Price , Promotion and Location on Purchase Decision. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 95–105.
- Hidayat, T. (2020). *Asuransi Syariah Capai Pertumbuhan Produktif 2020*. Jakarta: Insight: Buletin Ekonomi Syariah.
- Ichsan, N. (2016). Peluang dan Tantangan Inovasi Produk Asuransi Umum Syariah. *Jurnal Ekonomi Islam*, 7.
- Indriani, D., & Azhad, M. N. (2018). Dampak Bauran Pemasaran Terhadap

- Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Jasa Pt. Asuransi Sinarmas Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(1), 83–97. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v4i1.1718>
- Irfan, R. Jannah, Ashal, F. F., & Aulia, R. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Generasi Milenial Terhadap Minat Beli Produk Asuransi Jiwa Syariah. *Global Journal of Islamic Banking and Finance*., 2(1), 34. <https://doi.org/10.22373/jihbiz.v2i1.8578>
- Iswadi, M. (2015). Asuransi Islami dan Pembangunan Ekonomi Umat. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 01.
- Jalaludin. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Banda Aceh dalam Pemilihan Asuransi Jiwa Syariah. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam* 2(2), 118–138.
- Kasmir. (2012). *Dasar-Dasar Perbankan*. Depok: PT. Grafindo Persada.
- Kertajaya, H., & Sula, M. S. (2006). *Syariah Marketing*. Bandung: PT. Mizan Pustaka.
- Kementerian Keuangan. (2010). Menteri Keuangan Republik Indonesia. <https://jdih.kemenkeu.go.id/fulltext/2010/18~PMK.010~2010Per.htm>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., Armstrong, G., Wong, V., & Saunders, J. (2016). Principles of Marketing. *The Economic Journal* (Vol. 38, Issue 151). <https://doi.org/10.2307/2224326>
- Kotler, P., & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lyons, S. (2004). *An Exploration of Generational Values in Life and at Work*. Canada: Carleton University.
- Mannheim, K. (1952). *The Problem of Generation. Essays on the Sociology of Knowledge*. London: RKP.
- Marwa, S., Sumarwan, U., & Nurmalina, R. (2014). Bauran Pemasaran memengaruhi Keputusan Konsumen dalam Pembelian Asuransi Jiwa Individu. *Jurnal Ilmu Keluarga Dan Konsumen*, 7(3), 183–192. <https://doi.org/10.24156/jikk.2014.7.3.183>
- Mayasari, S. (2021). AXA Financial perkuat asuransi syariah dengan tambahan fitur wakaf. <https://keuangan.kontan.co.id/news/axa-financial-perkuat-asuransi-syariah-dengan-tambahan-fitur-wakaf>
- Misanam, M., & Liana, L. (2007). Bunga Bank, Bagi Hasil dan Relijiusitas: Suatu Investigasi Loyalitas Nasabah Terhadap Perbankan Syari'ah. *Jurnal*

- Sinergi*, 9(1), 69–86. <https://doi.org/10.20885/sinergi.vol9.iss1.art5>
- Muflih, M. (2006). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- National Chamber Foundation. (2012). *The Millennial Generation Research Review*. Washington: U.S. Chamber of Commerce Foundation.
- Njoto, D. P., & Sienatra, K. B. (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wenak Tok. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 7(9), 27–44.
- Nurlia, L. (2020). Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pengunjung di Minimarket Menggunakan Metode Regresi Linier. *JURSISTEKNI (Jurnal Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi)*, 2 No.3.
- Pew Research Center on Religion & Public Life. (2020). *Worldwide Muslim Population*. Pew-Templeton Global Religious Futures Project. http://www.globalreligiousfutures.org/explorer#/?subtopic=15&countries=Worldwide&chartType=map&year=2020&data_type=number&religious_affiliation=23&age_group=all&gender=all&pdfMode=false
- Purba, Rao. 2006. Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis, *The Asian Manager*.
- Rahmawati, W. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Non-Muslim Dalam Membeli Produk Asuransi Jiwa Syariah (Studi Pada Ajb Bumiputera 1912 Divisi Syariah, Cabang Margonda). Skripsi. Jakarta: UIN
http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/30559/1/WINN_Y_RAHMAWATI-FSH.pdf
- Riyanto. (2020). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Cluster Iskandar Muda (Studi Kasus PT. Surya Metal Berjaya). Skripsi. Tangerang: Universitas Buddhi Dharma.
<http://repositori.buddhidharma.ac.id/id/eprint/764>
- Rodoni, A., & Hamid, A. (2008). *Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Zikrul Hakim.
- Santoso, S. (2012). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis (Research Methods for Business)*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sekaran, U. (2014). *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis (Research Methods for Business)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawan, R. (2017). Pengaruh Brand Image dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Memilih Produk Asuransi Syariah. Skripsi. Lampung: UIN Raden Intan. <http://repository.radenintan.ac.id/2626/>

- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sitepu, N. I. (2017). Perilaku Konsumsi Islam di Indonesia. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam*, 2(1), 91–106. <https://doi.org/10.24815/jped.v2i1.6650>
- Soemitra, A. (2009). *Bank Dan Lembaga Keuangan Syariah* (p. 508). Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Stafford, D. E., & Griffis, H. S. (2008). *A Review of Millennial Generation Characteristics and Military Workforce Implications*. Virginia: CNA Corporation.
- Sugianto, E. (2017). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Suaka Media.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In Metode Penelitian Ilmiah*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. CV. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W., & Utami, L. R. (2019). *The master book of SPSS: pintar mengolah data statistik untuk segala keperluan secara otodidak*. Yogyakarta: Start Up.
- Sula, M. S. (2004). *Asuransi Syariah : Konsep dan Oprasional [Life and General]*. Yogyakarta: Gema Insani Press.
- Tho'in, M., & Anik, A. (2017). Aspek-Aspek Syariah Dalam Asuransi Syariah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 1(01), 1–15. <https://doi.org/10.29040/jiei.v1i01.28>
- Transistari, R., & Wahyuningsih, H. (2015). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Asuransi Pada Wanita Pekerja. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1), 73–88.
- Triana, D. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Nasabah Memilih PT. Asuransi Takaful Keluarga Banda Aceh. Skripsi. Banda Aceh: UIN A-Rainiry. <http://repository.ar-rainiry.ac.id/id/eprint/7638>
- Yolanda, D. E., Mulayani, I., & Adham, M. J. I. (2013). Pengaruh Generasi Muda Milenial Terhadap Karakter Interaksi Sosial di Masyarakat. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.